

# "77 Prozent der Marken könnten verschwinden und es würde niemanden interessieren"

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, HANDEL, IT, FINANZ & IMMO, AUTO, FOTO | 28.04.2019

Die Meaningful Brands Studie hat die "bedeutungsvollsten" Marken für Österreich ermittelt. Havas Media-CEO Michael Göls im LEADERSNET.tv-Interview.



Anke Ellmerer, Georg Feldmann, Michael Göls und Gabriel Delano © Havas Media

Unglaubliche 77 Prozent von Marken könnten verschwinden und es würde niemanden interessieren, zeigen neue Ergebnisse der globalen "Meaningful Brands 2019" Studie der Havas Group. Dies ist der höchste Wert seit Beginn der Meaningful Brands Untersuchung im Jahr 2008. "Eine Marke ist dann 'meaningful', wenn sie für Konsumenten Bedeutung hat", erläutert Michael Göls, CEO der Havas Media Austria.

Diese Seite verwendet Cookies. Wenn Sie weitersurfen, gehen wir davon aus, dass Sie damit einverstanden sind.

OK

[Weitere Informationen.](#)